



Sprzedaż detaliczna wzrosła w kwietniu br., w ujęciu rocznym, w cenach stałych, o 4 proc. (wobec 8,8 proc. w marcu) - podał GUS.

Komentarz Zbigniewa Maciąga, eksperta ekonomicznego Konfederacji Lewiatan

Sprzedaż detaliczna w ubiegłym miesiącu była najniższa od ponad dwóch lat. W porównaniu z marcem spadła o 5,9 proc. W marcu, z powodu Świąt Wielkanocnych, nie było jeszcze widać negatywnego wpływu zakazu handlu w niedziele na sprzedaż w wielkich sieciach handlowych. W kwietniu, kiedy mieliśmy aż cztery niedziele niepracujące, sprzedaż w niewyspecjalizowanych sklepach, czyli hiper- supermarketach, czy dyskontach spadła o 1,9 proc. w porównaniu z analogicznym okresem ubiegłego roku. W stosunku do marca spadek wyniósł 13,9 proc. Warto jednak pamiętać, że przed rokiem Święta Wielkanocne obchodziliśmy w połowie kwietnia i zakupy przedświąteczne skumulowały się w tym miesiącu. W tym roku szczyt zakupów wypadł w marcu.

Sprzedaż w sieciach handlowych mogła być jeszcze niższa, gdyby nie zmasowane akcje promocyjne sklepów zachęcające klientów do robienia zakupów w piątek i sobotę,

wydłużenie godzin pracy, szczególnie w dni poprzedzające wolne niedziele. Co ciekawe, na kiepski kwiecień narzekają także właściciele małych sklepów, (sprzedaż spadła o kilka procent), które miały być beneficjentami niedzielnego ograniczenia handlu.

Po wprowadzeniu zakazu handlu w niedziele na tłumy klientów liczyły również sklepy internetowe. Wyniki marca wydawały się potwierdzać te nadzieje, gdyż znacząco wzrosła sprzedaż. Ale już kwiecień rozczarował. Co prawda obroty dalej rosły, ale udział niedziel w sprzedaży spadł. W dłuższej perspektywie, zamknięcie sklepów stacjonarnych w niedziele, powinno jednak sprzyjać e-sklepom.

Na razie, na zakazie handlu w niedziele tracą wszyscy. Duże sieci handlowe, mali przedsiębiorcy i sklepy internetowe. Za wcześnie jednak wyciągać daleko idące wnioski, tylko na podstawie dwóch nietypowych miesięcy. Coś więcej o skutkach dla gospodarki zakazu handlu w niedziele będziemy mogli powiedzieć dopiero za kilka miesięcy.

Wydaje się, że kwiecień nie będzie zapowiedzią ochłodzenia koniunktury w handlu, a tylko „wypadkiem przy pracy”. I to mimo tego, że GUS podał też dzisiaj, że w maju obniżyły się bieżący wskaźnik ufności konsumenckiej i wyprzedzający wskaźnik ufności. Nastąpiło pogorszenie zarówno obecnych, jak i przyszłych nastrojów konsumenckich w stosunku do poprzedniego miesiąca.

Bardziej prawdopodobne jest utrzymanie wysokiej skłonności do konsumpcji. Prawie dwie trzecie Polaków zapowiada, że w tym roku wyda więcej pieniędzy na zakupy niż w 2017 r. – wynika z europejskiego badania L'Observatoire Banku BGŻ BNP Paribas. Optymizm wzmaga bardzo dobra sytuacja na rynku pracy – niskie bezrobocie, łatwość w znalezieniu nowego miejsca pracy. Zajmuje to obecnie średnio 2,5 miesiąca, czyli znacznie mniej czasu niż kilka lat wcześniej. Szybko rosną też wynagrodzenia. Według różnych prognoz mają być wyższe w tym roku realnie o 3,8 proc., co sytuuje nas w czołówce państw UE.